

*1. Manajemen Pemasaran  
KONSUMEN*

**ANALISIS MANFAAT YANG DICARI KONSUMEN  
PADA BUKU-BUKU PELAJARAN TK DAN SD DI SURABAYA  
STUDI KASUS PADA CV. DUTA GRAHA PUSTAKA**

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN  
DALAM MEMPEROLEH GELAR SARJANA EKONOMI  
JURUSAN MANAJEMEN**



KK.

B. 925 / 96

Noe.

a



**DIAJUKAN OLEH  
DYAH IRMASARI NOEGRAHENI**

**No. Pokok : 049013329**

**KEPADA  
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS AIRLANGGA  
SURABAYA  
1995**

SKRIPSI

ANALISIS MANFAAT YANG DICARI KONSUMEN  
PADA BUKU-BUKU PELAJARAN TK DAN SD DI SURABAYA  
STUDI KASUS PADA CV. DUTA GRAHA PUSTAKA

DIAJUKAN OLEH :

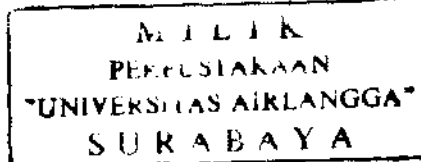
DYAH IRMASARI NOEGRAHENI

NO. POKOK : 049013329

B. 925/96

Noe

a



TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING

Dra. Ec. SRI WAHYUNI ASTUTI, MS

TANGGAL 19-12-1995

KETUA JURUSAN

Dra. Ec. ENDANG POERNOMOWATI

TANGGAL 26-12-1995

## ABSTRAKSI

Dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat dan kesejahteraan yang adil dan merata, Pemerintah mencanangkan program pembangunan di segala bidang, diantaranya adalah di bidang pendidikan. Melalui pembinaan pendidikan yang baik akan dihasilkan manusia Indonesia yang cerdas dan terampil. Buku pelajaran sebagai media dalam proses belajar mengajar memegang peranan penting, karena dapat meningkatkan mutu proses belajar mengajar agar nantinya dapat menghasilkan sumber daya manusia yang potensial. Tetapi dengan syarat buku itu disusun, disalurkan dan dimanfaatkan dengan baik.

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui manfaat yang dicari konsumen dari pembelian buku pelajaran sehubungan atribut yang ditawarkan CV. Duta Graha Pustaka pada buku terbitannya. Diharapkan pengetahuan tersebut dapat digunakan untuk menentukan strategi bauran pemasaran, khususnya pada strategi produk.

Penelitian yang intensif tentang perilaku konsumen untuk mengetahui manfaat yang dicari, faktor-faktor yang dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan pembelian buku pelajaran, perlu diketahui, karena konsumen akan menilai dari berbagai sudut sebelum melakukan pembelian. Sebagai dasar penulisan skripsi ini, pada Bab II disajikan landasan teori, sedangkan aplikasi dunia nyata tentang manfaat yang dicari sehubungan dengan atribut yang ditawarkan perusahaan disajikan pada Bab III. Teknik analisa dilakukan dengan uji chi kuadrat, skala prioritas dan uji beda dua rata-rata.

Perhitungan dan analisa data yang dilakukan menunjukkan bahwa, atribut yang ditawarkan CV. Duta Graha Pustaka kurang sesuai dengan manfaat yang dicari konsumen. Sehingga CV. Duta Graha Pustaka sangat perlu memperbaiki strategi bauran pemasarannya pada kebijaksanaan harga dan produk yaitu kualitas isi buku.

Hal penting lain yang ditemukan penulis di lapangan adalah tidak mengertinya orang tua akan kurikulum pendidikan putra-putrinya di sekolah. Padahal kurikulum adalah hal yang penting untuk diketahui dan mereka juga merasa perlu untuk mengetahuinya. Oleh karena itu penulis menyarankan bagi sekolah-sekolah untuk menginformasikan kurikulum tersebut kepada orang tua siswa, agar dapat membantu kelancaran proses belajar mengajar. Sehingga tujuan pengajaran yang ditetapkan dapat tercapai secara optimal.